



Рисунок 1 – Профіль якості туристичних послуг

Таким чином, шляхом опитування знайдені проблемні вузькі місця в якості туристичних послуг, що дозволить ефективно розробити напрями підвищення якості. Дана методика дозволяє застосовувати багатокритеріальну структуровану оцінку якості та конкретизувати управлінські дії щодо її підвищення.

1. Рега М.Г. Туристичний бізнес в економічному просторі України / М.Г. Рега // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наукових праць. – Київ, 2009. – № 19. – С. 299-303.

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ТУРИЗМІ

Мусаєва Т.Г.

Науковий керівник – Богдан Н.М., канд. екон. наук, доцент

При роботі в сфері якості турпослуг необхідно враховувати деякі специфічні для сфери туризму фактори, в значній мірі, що впливають на створення якісного туристичного продукту:

1) дискретність (безперервність) виробництва туристських послуг і цілісність їх споживання. Професіонали турбізнесу часто говорять: «Гостинність – мистецтво дрібниць». У забезпеченні якості турпродукту все служби повинні працювати однаково чітко і якісно. Для якісного виробництва турпослуги однаково важлива як робота технічної служби, відповідальної за ліфти, справність телефонів, замків, меблів або сантехніки;

2) можливість повторного виробництва турпослуг на однаково високому рівні, або тривалість якості. Рішення даної проблеми для багатьох виробників турпродукту виявляється непосильним завданням, що, в свою чергу, часто стає причиною різкого зниження конкурентоспроможності всього підприємства;

3) сфера туризму відноситься до такого виду діяльності, де вироблений продукт, будучи недосяжним, споживається одночасно з його виробництвом. У персоналу підприємства немає шансу на виправлення браку, а також на повернення гостя. Це дуже важливий момент, тому що якість роботи персоналу суттєво впливає на якісні характеристики самого турпродукту.

Надії клієнта щодо якості послуг залежать від:

- індивідуальних потреб особистості;
- попереднього досвіду клієнта;
- обміну досвідом між клієнтами;
- зовнішньої комунікації (оголошення, реклама, участь в туристських заходах);
- формування іміджу фірми.

На практиці якість послуги визначається:

1) оперативністю роботи по підбору і організації турів по запитам клієнтів – швидкість обслуговування в комплексі визначає ступінь задоволення кожного клієнта;

2) термінами отримання довідкової інформації;

3) ввічливістю обслуговування, яке виражається в привітності співробітників туристської фірми, їх увазі до запитів кожного клієнта, терпінні при обговоренні маршруту;

4) відповідністю пропонованого туру реальному змісту;

5) наявністю узгодження всіх складових частин комплексного обслуговування.

Необхідною вимогою підвищення якості послуг в туристичних підприємствах є дотримання таких принципів:

Перше – це дотримання основних і найбільш важливих для сфери туризму принципів сучасного сервісу:

1) максимальна відповідність послуг, що надаються вимогам споживачів і характеру споживання;

2) нерозривний зв'язок сервісу з маркетингом, його основними принципами і завданнями;

3) гнучкість сервісу, його спрямованість на облік мінливих вимог ринку, переваг споживачів турпослуг.

Друге – створення необхідних умов для персоналу, покликаного забезпечити якісний сервіс. До них відносяться:

1) ергономічність робочих місць;

2) чітке формулювання правил, обов'язкових для виконання кожним співробітником;

3) чітка система оцінки якості роботи кожного співробітника, що дозволяє об'єктивно вимірювати кількісно і якісно ефективність серві-

су, особливо таких, що слабо піддаються обліку елементів, як доброзичливість і ввічливість;

4) мотивація персоналу, його щира зацікавленість в процвітанні всього підприємства, бажання і вміння робити всю роботу максимально ефективно, настрій на самовдосконалення;

5) система підвищення кваліфікації персоналу.

Третє – оптимізація організаційної структури управління підприємства, яке надає турпослуги. Оптимальною є така організаційна структура управління, де число елементів гранично мало (але без шкоди для якості обслуговування). Необхідною умовою забезпечення безперервності технологічного процесу з однаковим рівнем якості обслуговування є також ефективність взаємодії всіх елементів структури, що дозволяє негайно виправляти трапилися помилки і виключати можливість їх повторення.

Четверте – всебічний, повний, об'єктивний і безперервний контроль за якістю сервісу, що передбачає:

- 1) участь гостя в оцінці якості та контролі за ним;
- 2) створення методик і критеріїв, що дозволяють співвіднести вимоги стандартів з фактичним станом справ;
- 3) створення систем самоконтролю персоналу;
- 4) постійна робота з групами якості;
- 5) застосування чітко сформульованих кількісних критеріїв оцінки якості послуг, що надаються;
- 6) участь персоналу в створенні систем і критеріїв якості;
- 7) застосування технічних засобів контролю за якістю;
- 8) створення служб контролю, куди б входили представники різних служб: дирекції, фінансового відділу, відділу безпеки, кадрової служби, Науковий керівники або співробітники всіх функціональних служб.

Ефективне і послідовне застосування управління якістю туристичних послуг створює істотно нові можливості:

- поліпшення надання послуг і задоволення клієнта;
- збільшення продуктивності і зниження витрат;
- підвищення конкурентоспроможності на ринку послуг.